



जिलेट बाल बनाम लॉरियल गार्नियर

हम दिन-ब-दिन वह ब्रांड बनते जा रहे थे जो घर से निकलने से पहले की हर इंसानी रस्म में मौजूद हो — शेविंग, चेहरे का स्क्रब, और बालों के लिए, कम से कम उनके लिए जिनके पास अब भी बचे थे, हमें भी कुछ करना ही था।

बोस्टन का मानना था कि मेल ग्रूमिंग को ही मर्दों का पूरा बाज़ार ढोना चाहिए, पर हम, हमेशा की तरह, औरतों के भरोसे थे — हमारी सबसे अच्छी ग्राहक — हालाँकि उन दिनों किसी में यह बात किसी से खुलकर कहने का कलेजा नहीं था। आज, मुझे आखिरकार इसे कह देने का सही मौका मिल गया है।

साइंटेल शैम्पू, चार क्रिस्में: सामान्य बालों के लिए, बार-बार इस्तेमाल के लिए, तैलीय बालों के लिए, एंटी-डैंड्रफ़।

सबसे बड़े बाज़ारों में से एक — उन दिनों यह करीब 600 अरब लीरा का था — और उसका छोटा-सा हिस्सा थामे रखना भी अपने आप में बड़ी कामयाबी थी।

हमारी खुशकिस्मती यह थी कि इस क्षेत्र का अगुआ अब भी परम्पूमरियों के भीतर बेचने तक सीमित था — वह कंपनी जिसे लॉरियल कहते हैं, कुछ बेहद मज़बूत ब्रांडों का घर। पर यह बढ़त बस पल भर की थी, क्योंकि ठीक उन्हीं दिनों, ज़बरदस्त ताक़त के साथ, गार्नियर का ग्राफ़िक ब्रांड भारी तादाद में आ धमका, और उस श्रेणी में उनसे ज़्यादा बेच लेना किसी के बस का नहीं होना चाहिए था। पर हमने उससे ज़्यादा किया।

उसी दौरान हमने साइंटेल की हेयर लाइन को पूरा करने वाले उत्पाद उतारे — जेल, मूस, स्प्रे — और ग्राहकों को यक़ीन हो गया कि जिलेट ने लॉरियल को ख़रीद लिया है। जब लॉरियल के अपने सेल्समैन उन्हीं ग्राहकों के यहाँ से गुज़रते, तो मुस्कान के साथ सुनते: “ऑर्डर तो हम दे चुके — सीधे फ़्रेगा को।”

रात को उन होटलों में, जहाँ हम सब मिला करते थे, ठहाके ही ठहाके होते, और मैं और जे एंड जे वाला मेरा साथी क्रोतोने के एक ग्राहक के ऑर्डर आपस में बदल लिया करते थे, जो बरसों तक यही ऑर्डर देता रहा: उसे ओरल-बी का, और मुझे “ओबी” का। हम उसे कभी समझा नहीं पाए।

हाहाहाहाहा।

फर्दिनांदो